

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW AND RATING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA**

(STUDI KASUS DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memenuhi Gelar
Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

ANDIKA DWI SAPUTRA

B100170312

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN ONLINE
CUSTOMER REVIEW AND RATING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKOPEDIA (STUDI KASUS DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA)**

Yang ditulis dan disusun oleh:

ANDIKA DWI SAPUTRA
B100170312

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 14 Juni 2021

Pembimbing

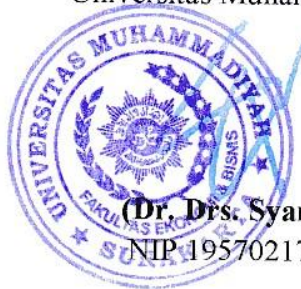


(Zulfa Irawati, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP.19570217 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK HARGA DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW AND RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA (STUDI KASUS DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)

Oleh:

ANDIKA DWI SAPUTRA
B100170312

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 14 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.

(.....)

(Ketua Dewan Penguji)

2. Ahmad Mardalis, S.E., MBA.

(.....)

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Zulfa Irawati, S.E., M.Si.

(.....)

(Anggota II Dewan penguji)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Andika Dwi Saputra**

NIM : **B 100 170 312**

Jurusan : **Manajemen**

Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Online
Customer Review and Rating Terhadap Keputusan
Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus di Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 14 Juni 2021
Yang membuat pernyataan

Andika Dwi Saputra

MOTTO

**“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang bersabar”
(Q.S al-Baqarah, 153)**

**“Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu.
(HR. Muslim)**

**“Ambillah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakan.”
(Nabi Muhammad SAW)**

**“menyia-nyiakan waktu lebih buruk daripada kematian. Sebab kematian memisahkanmu dari dunia, sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah SWT.”
(Imam bin Al Qayim)**

**“Janganlah jadikan sukses sebagai tujuan, tapi lakukanlah apa yang kamu cintai dan percayalah bahwa sukses akan datang dengan sendirinya.”
(David Frost)**

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Alhamdulillah atas berkah, rahmat, dan limpahan nikmat-Nya berupa kesehatan dan kesempatan, penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah memberi tauladan dan membawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Apriyanto dan Ibu Ani Nurhayati yang telah memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, masukan, dukungan, serta selalu mendoakan yang terbaik buat saya di setiap waktu.
4. Kakak saya Aditya Nuryanto Saputra yang selalu memberikan semangat dalam perkuliahan, membantu dan mengajari saya.
5. Keluarga besar yang telah memberi dukungan dan doa.
6. Pembimbing Skripsi Ibu Zulfa Irawati S.E., M.Si yang telah membimbing dalam penulisan skripsi.
7. Sahabat serta teman-teman semuanya yang telah memberikan semangat dan dukungan.
8. Almaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan online customer review terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu yaitu mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 120 responden dan data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) online customer review and rating berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Online Customer Review and Rating, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price and online customer reviews on purchasing decisions. The research method used is a method with a quantitative approach used to examine certain populations or samples, namely students at the Muhammadiyah University of Surakarta. Sampling was done by non-probability sampling method with the number of respondents as many as 120 respondents and the data used was primary data in the form of a questionnaire. The data analysis method used was multiple regression analysis. The results of this study indicate that (1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) price has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) online customer reviews and ratings have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Online Customer Reviews and Ratings, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Online Customer Review and Rating Terhadap Keputusan Pembelian”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, hidayah, serta ridho-Nya kepada penulis, dari awal penyusunan skripsi sampai akhir dengan lancar dan tepat waktu.
2. Untuk diriku, terimakasih sudah berjuang sejauh ini melewati banyak hal sulit, menghadapi banyak hal rumit. Terimakasih sudah berjuang dan bertahan meski berkali-kali dipatahkan dan terimakasih sudah kuat meski tidak jarang dibuat rapuh keadaan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Ibu Zulfa Irawati, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Dewan penguji, yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menguji skripsi ini guna membawa kualitas penulisan kearah yang lebih baik.
8. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang rela membimbing serta menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa
9. Ibu dan bapak serta keluarga tercinta, terimakasih atas doa dan curahan kasih sayang, dukungan dan pengorbanan tak terbatas yang tidak bisa penulis ungkapkan dengan kata-kata.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti penting dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa bermaksud mengurangi rasa hormat, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dari penulisan maupun penyajian.

Surakarta, Juni 2021

Penulis

Andika Dwi Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori	6
1. Keputusan Pembelian	6
2. Kualitas Produk	9
3. Harga	11
4. Online Customer Review and Rating.....	11
B. Riset Terdahulu	14
C. Model Penelitian.....	16
D. Hipotesis Penelitian.....	17

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian marketplace Tokopedia.	17
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian marketplace Tokopedia.....	18
3. Pengaruh online customer review and rating terhadap keputusan pembelian marketplace Tokopedia.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	20
B. Populasi dan Sampel	20
1. Populasi	20
2. Sampel.....	21
C. Data dan Sumber Data.....	22
D. Metode Pengumpulan Data	22
1. Variabel Dependent.....	23
2. Variabel Independen.....	23
F. Metode Analisis Data	25
1. Uji Instrumen.....	25
2. Uji Asumsi Klasik	26
3. Uji Hipotesis.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Analisis Deskripsi Responden.....	30
1. Karakter Responden Jenis Kelamin	30
2. Karakteristik Resonden berdasarkan Umur.....	30
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa UMS Atau Bukan.....	31
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan Tahun di Universitas.....	31
5. Karakteristik Responden Pengguna Aplikasi Tokopedia 2 Bulan Terakhir.	32
B. Hasil Analisis Data	33
1. Uji Instrumen.....	33

2. Uji Asumsi Klasik	36
3. Uji Hipotesis.....	38
C. Pembahasan.....	44
1. Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian(X1)	44
2. Harga Terhadap Keputusan Pembelian(X2).....	44
3. Online Customer Review and Rating(X3)	45
BAB V PENUTUP.....	46
A. Simpulan	46
B. Keterbatasan Penelitian.....	46
C. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Umur	31
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Mahasiswa UMS	31
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Angkatan Tahun.....	31
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Pengguna Aplikasi Tokopedia 2 Bulan Terakhir	32
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	34
Tabel 4. 7. Hasil Uji Validitas Harga	34
Tabel 4. 8. Hasil Uji Validitas Online Customer Review and Rating	34
Tabel 4. 9. Hasil Uji Validitas keputusan Pembelian	35
Tabel 4. 10. Hasil Analisis Reliabilitas Variabel.....	36
Tabel 4. 11. Hasil Uji Normalitas	36
Tabel 4. 12. Hasil Uji Multikolonieritas.....	37
Tabel 4. 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	37
Tabel 4. 14. Hasil Regresi Linier Berganda dan Uji Determinasi	38
Tabel 4. 15. Hasil Uji Determinasi	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna dan Tingkat Penetrasi Marketplace di Indonesia Periode 2017-2023.....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	16
Gambar 4. 1 Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk.....	41
Gambar 4. 2 Hasil Uji t Variabel Harga.....	42
Gambar 4. 3 Hasil Uji t Variabel Online Review Customer and Rating	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2. Data Kuesioner	58
Lampiran 3. Uji Validitas.....	61
Lampiran 4. Uji Reabilitas	66
Lampiran 5. Asumsi Klasik.....	68
Lampiran 6. Uji Regresi Berganda.....	70
Lampiran 7. F tabel dan t tabel.....	72